スポーツビジネスにおけるフェアトレードの影響

Effects of the fair trade on sports business

1K07B110-4　　松山温子

指導教員　主査　武藤泰明先生　　副査　石井昌幸先生

【目的】

フェアトレードとは、途上国の零細な生産者を対象とした、公正な貿易による貧困からの脱却である。さらにそれは、現在の消費者の購入における意識や、多国籍企業が支配する歪んだ経済システムを変革する力を秘めている。

食品を中心に著しく成長しているフェアトレード市場は、スポーツビジネスにおいても大きな影響を与えうる新しい考えではないだろうか。なぜなら大手スポーツメーカーの下請け業者の不当な労働状況が露呈し、大きな関心と批判が寄せられているからだ。加えて企業の社会的責任を問う声も、産業を問わず大きなものとなってきている。

以上から本研究の目的は、上記の推測に基づき、フェアトレードがスポーツビジネスにどのような影響をもたらす可能性があるかを考察し、両ビジネスの相乗効果を探求することである。

【研究方法】

フェアトレードと企業の社会的責任に関する文献や資料を集め、検討する。日本でフェアトレードを推進しているNPO法人のわかちあいプロジェクトに、フェアトレード・スポーツボールに関する問い合わせを行い、その回答から考察する。各スポーツ競技団体にフェアトレード･スポーツボールに関する問い合わせを行い、その回答から考察する。

以上からフェアトレードのもつ多様な側面をもとに、まず本研究におけるフェアトレードを定義した。さらに具体例としてフェアトレード･コーヒーを挙げてその仕組みや意義を述べ、一般的なフェアトレードの構造を説明する。

次にフェアトレード・スポーツボールに焦点を絞り、フェアトレード団体や各スポーツ協会への調査をもとに、経緯や現状を確認する。

次にスポーツ企業とフェアトレード企業両者の問題点と課題を、消費者の意識の変化を中心に、過去の不買運動・現在のCSR事業への活発な姿勢や組織構造の変化から抽出し検討する。

以上を踏まえた上でスポーツビジネスとフェアトレードビジネス両者の展望を考察する。その考察の結果として、フェアトレードの影響を受けることでスポーツ企業が将来的に採用しうる3つのビジネスモデルを提案する。

【結果】

フェアトレードに関する参考資料が豊富で、社会的・経済的・政治的な面からフェアトレードを考察することができ、定義が困難にはなったが、より深くその影響力について研究することができた。各スポーツ協会に問い合わせることで、CSR事業への取り組みの実情だけでなく、スポーツメーカーに一任している協会の姿勢もうかがい知ることができた。

また研究を通してフェアトレード市場は発展の途中であり、今後さらに社会的・ビジネス的な立場や組織構造が変化する可能性がおおいにあることが感じられた。日本での普及が海外に比べ遅れていることからも、本研究の結論は現時点で考えられうるものであると指摘したい。

さらにスポーツとの関わりにおいてPUMAやUmbroがフェアトレード・ボールの製造・販売に乗り出した事実から、本研究で冒頭に述べたフェアトレードがスポーツビジネスに大きな影響を与えるという推測が、より実現可能性が強まったといえる。スポーツビジネスも日本においては依然として発展途上にあると考えられるので、スポーツとフェアトレードが相互に良い影響を与え合う関係を築くことが重要であるという結論となった。

本研究ではスポーツ企業や生産者の状況に応じた、3つのビジネスモデルを提案した。しかしながらそれらとは別のモデルが登場する可能性も大いに考えられる。重要なのはフェアトレードの普及ではなく、フェアトレードの目指す貧困の解消・公正なビジネスや経済システムだという点を強調したい。